

〈2019年度修士論文要旨〉

京都市における中小印刷業者の今後の方向と 自治体の産業政策

京藤 博行

1 研究の背景と目的

印刷業は、デジタル技術の急激な進化により大きな変革の時代を迎えている。印刷といっても紙だけではなく包装・建築材や布地などに印刷することもできるので、事業領域は大変広い範囲で展開されている。

印刷業の市場規模であるが、「平成29年工業統計表」によると、2017年の全国の印刷・同関連業（「印刷業」、「製版業」、「製本業・印刷物加工業」、「印刷関連サービス業」の4種からなる）の製造品出荷額は前年比1.1%減の5兆2,172億円で、製造業全体の1.5%の割合を占めているが、出荷額は10年間連続で減少し続ける形になっている。

京都市の印刷業も、ICTを活用した短納期や低価格のビジネスモデルが出現し、印刷業の価格競争は厳しさを増し、従来の印刷業は販売単価の低下に見舞われているのが現状である。2004年以降でみると、京都市の印刷業の製造品出荷額は2009年までは増加傾向を示していたが、2010年以降減少傾向で推移している。

印刷業に関しては、大手・準大手と呼ばれる全国レベルの印刷業者の実態や、個別企業の成功事例を取り上げた研究は見られるが、京都市の印刷業について調査研究したものは殆ど見当たらない。また、印刷業の振興に向けて、政策的な課題について整理されたものも見られない。

本論では、印刷業を取り巻く現状についてまとめ、そして、京都市の中小印刷業の変遷・概況・現況について概観し、独自に実施したアンケート・ヒアリング調査から見た京都市の中小印刷業の課題を分析する。分析した結果を踏まえて、京都市の中小印刷業者が目指す方向と、今後の取り組みについて検討し、京都市の中小印刷業者を振興するために、自治体としてどのような産業政策を講ずるべきか、そのあり方を示すことを主たる研究目的とする。

2 京都市の印刷業の現況

印刷業は、出版や商業印刷などの紙印刷を中心に発展してきたが、今や、インターネット、ICTの普及で、大きな変化を遂げている。

印刷業の低迷は1990年代のバブル崩壊の不況から始まり、2008年のリーマンショックや2011年の東日本大震災など社会的変動による影響やインターネットの普及、データ管理技術の向上によるペーパーレス化が進んでいることも大きく影響している。

しかし、今や印刷業は大きく変化し、ICT技術による出版物のデジタル化が進み、印刷業界には次々と、多彩なデジタル印刷機械が導入され、新たな事業を展開している。それを牽引しているのが大手・準大手と呼ばれている全国レベルの印刷業者である。印刷業が低迷する原因は、景気の低迷による広告費削減、出版物のデジタル化と、それに伴う電子コンテンツ事業への展開が急速に進んだからである。

そして、印刷業界に求められる仕事の役割もその内容も多様化してきている。中でも、販売促進に有効なマーケティング戦略を企画・立案して、顧客企業の商品特性や市場の分析を行い、販促の実施、結果の評価までのプランニングを行う仕事が増えている。中小印刷業でも、他社と差別化を図るために、印刷前の企画からマーケティング、効果の検証までをワンストップで請け負う会社が増えてきた。

このように、印刷業は今や単なるものづくり産業から大きく変化を遂げてきた。そして、印刷機械も性能が向上したために印刷技術での差別化は年々難しくなっており、印刷以外の新たな企画力やマーケティング力が求められるようになってきたのである。

3 京都市の中小印刷業者の課題と今後の方向

今回のアンケート・ヒアリング調査の分析から、京都市の中小印刷業の抱える次の3つの課題が明らかになってきた。

- (1) IT化・Web化・デジタル化によるペーパーレス化の進行
- (2) 京都市の中小印刷業者の二極化と業態改革への対応
- (3) 大手・準大手企業や他地域の印刷業者との競争激化

この3つの課題を解決し、京都市の中小印刷業者が発展するためには、各企業が「印刷工程全体を改善する」分業体制を意識し、設備の更新や新技術の導入・開発を行いネットワーク化・IT化に取り組むことで、システム連携により生産性の効率化、オペレーターの負荷低減などの省力化につながる新しい分業体制（効率よいサプライチェーン）の構築を目指す必要がある。

そして、その具体的な取り組みとして①「技術を横展開する」、②「データ管理のノウハウを応用する」、③「特殊な印刷に特化する」、④「デジタル画像よりも美しい色彩再現力を身に付ける」、⑤「価格以外の独自の強みを持つ」、⑥「スピードを上げる」、⑦「メディアミックス」、⑧「広告代理店化」、⑨「自社メディアを持つ」の以上9項目があげられる。

これを実行し、京都の印刷業の特徴である分業制度の改革や生産性を向上するためには、新たな投資（ハイテク化）が必要である。そうすることで、二極化する格差の中で、長年培ってきた分業制度の業態改革とIT化・Web化・データ化への対応を進め、各分業の同業他社との連携や提携により専門性を高めることで、既存の印刷物だけでなく、紙以外の印刷物（電子部品業界等の分野）市場にも参入し、発展していくことが可能となる。

4 京都市の中小印刷業者を振興するための方策

国において中小企業の振興が法律として整備されたのは1963年に制定された中小企業基本法である。そして、1963年に制定された中小企業基本法が1999年に大幅な改正となり、改正前は「弱者としての中小企業への支援を主たる目的としていた」が、改正法では中小企業を革新の積極的な担い手として着目し、中小企業振興に自治体が積極的な責務を担うことが規定され、「中小企業の多様で活力ある発展、やる気と能力のある中小企業の支援」に重点が置かれるようになる。こうした動きは、京都市の産業政策にも反映されている。

自治体の産業政策は、国の政策をいったん自治体として受け止め、それを実行するという要素が強く、京都市においても独自の産業ビジョンは作られていなかった。しかし、バブルが崩壊し、地域産業の振興、地域経済の活性化が大きな課題となり、1995年に初めて「京都市産業振興ビジョン」が策定された。このビジョンでは、国の中小企業基本法改正の流れを先取りし、従来の中小零細企業、業界団体振興だけでなく、ベンチャー企業の振興など新しい産業政策も加えられた。

京都市の印刷業は京都市の製造業において、大きな割合を占める主要産業であるが、それほど大きな注目が集まっていない。これは、印刷業というのは、地域と密着した（地域の需要に応じた）産業で、観光業や先端技術産業のように、全国、世界を市場として域外から所得を稼ぐ産業として位置付けられていないからであろう。ただ、この点では、京都市の印刷業が永年にわたり京都の歴史や文化・芸術活動を支え、現在も大学や多くの寺院、家元などの重要な仕事を担い、それ故に印刷の各工程が分業体制として残っているという重要な事実を行政に再認識してもらう必要がある。京都市は文化の保存、継承を重要な課題としてあげているが、印刷業もまさにその中に含まれるものである。加えて、地域の需要を支える、地域に密着した産業という点から、京都市は2019年3月に「京都市地域企業の持続的発展に関する条例」を制定し、「地域企業」の重要性を強化しているが、まさに印刷業は、「地域企業」として地域の活動を経済面だけでなく、社会的にも支えているといえる。

これまで産業としてあまり注目を集めていなかった京都市の中小印刷業であるが、現状は非常に厳しい。そこで、今後京都の中小印刷業者が発展するためには、業界として連携、意思統一したうえで、京都市に対して京都市の中小印刷業の重要性を認識させる必要がある。そのためには、印刷業を所管する地域産業振興課という部署だけでなく、産業観光局をあげて京都市の中小印刷業と定期的な話し合いの場を持ち、現状と課題を正し理解してもらうことが大切である。この場合、中小印刷業者を地

域に欠かせない「地域企業・産業」としてとらえ、官公需の発注や文化の維持・発展のために果たしている役割などについても認識してもらう必要がある。